

# CAMPANHA DE INCENTIVO AO CONSUMO DE FRUTAS E HORTALIÇAS

---

## GRUPO DE TRABALHO

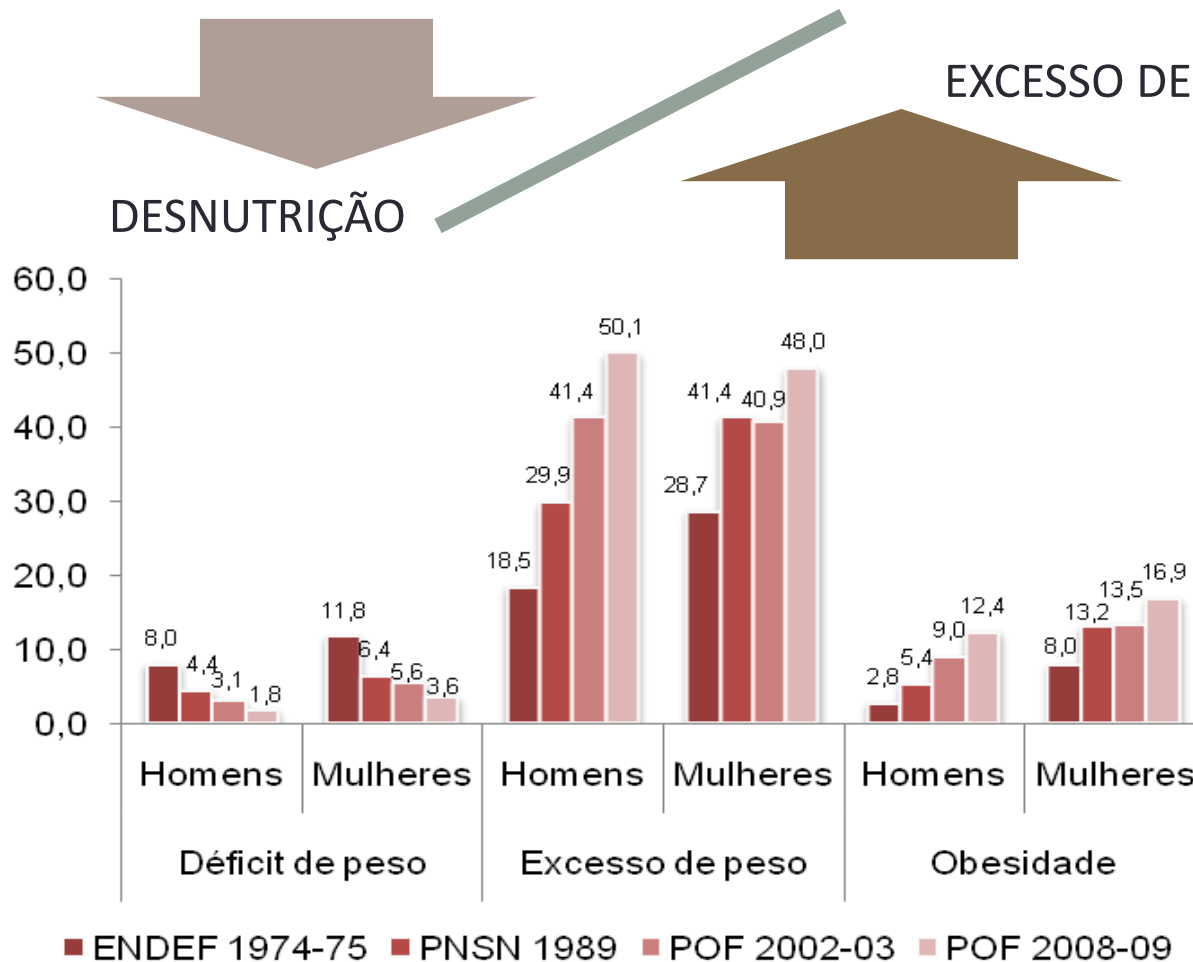
*Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS)*  
*Ministério da Saúde (MS)*  
*Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (ABRACEN)*  
*Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB)*

**REUNIÃO ABRACEN**  
*30 de maio de 2012, CONAB – Brasília-DF*



# Relevância da ação

✓ Crescimento do excesso de peso na população brasileira (1970 – 2009)

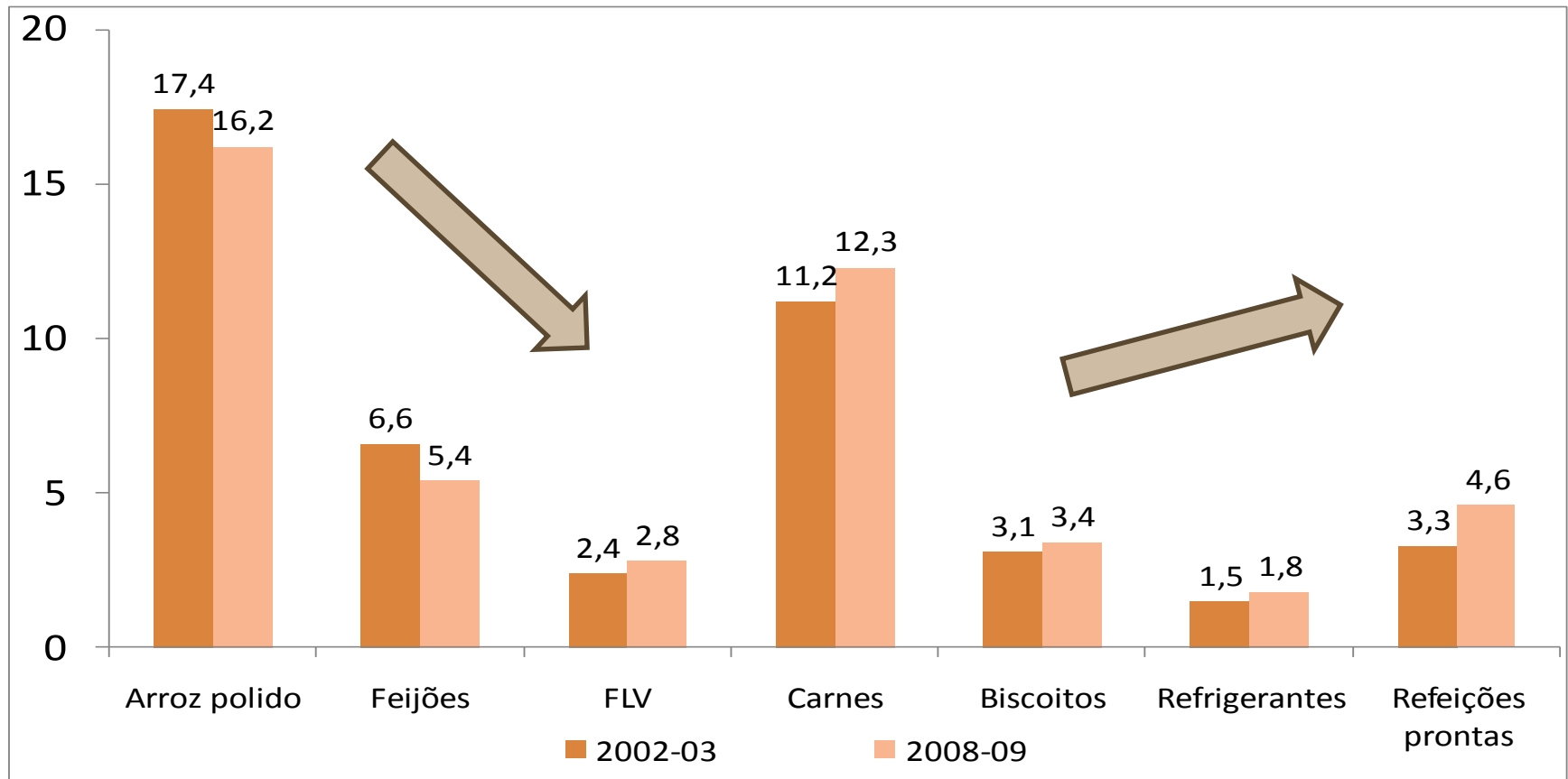


# Cenário alimentar no Brasil (2002-2009)



# Cenário alimentar no Brasil (2002-2009)

Participação relativa de alimentos e grupos de alimentos no total de calorias da aquisição alimentar domiciliar (2002-3 a 2008-9).



# Grupo de Trabalho

- **Composição do GT:** ABRACEN, CONAB, MDS e MS
- Situação atual: portaria em trâmite interno no MS
- **Objetivo:** definir estratégias conjuntas para o incentivo ao aumento do consumo de FLV pela população brasileira.
- **Outros:**
  - planejamento, execução e avaliação de múltiplas ações de educação alimentar e nutricional;
  - planejar e implantar campanhas públicas de comunicação e informação em saúde e qualidade de vida voltadas para a população brasileira, promovendo o resgate de alimentos regionais e da cultura alimentar brasileira;
  - incentivar a adoção de boas práticas e manejo sustentável na produção de frutas, legumes e verduras por produtores rurais (familiares, empresariais e tradicionais).

# Plano de Ação para Campanha

- **Primeira ação:** Realização de campanha educativa para incentivo ao consumo de FLV, direcionada a público interno e externo das centrais de abastecimento

- **Fase 1:** público interno das CEASAs (comerciantes/ permissionários/ concessionários e produtores)

Temas a serem abordados: papel desses agentes na comercialização de produtos seguros, com qualidade e menor desperdício; relevância do trabalho desses agentes no incentivo ao consumo de frutas e hortaliças pelos consumidores.

## PREPARAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO PARA FASE 2 DA CAMPANHA

Peças de mídia: cartaz, folder, anúncio, spot de rádio

- **Fase 2:** público externo das CEASAs (consumidores diretos, de supermercados, feiras, restaurantes)

Peças de mídia: site, folder/ panfleto, cartaz, display, anúncio em revistas, spot de rádio, vídeo, adesivos para caminhões, imprensa

# Algumas informações importantes...

- **Adesão é voluntária**

- \* Manifestação formal caso adesão seja positiva;

- Preenchimento de formulário com informações quantitativas (ex: nº de permissionários/ concessionários cadastrados, nº de produtores/ comerciantes na pedra, nº de caminhões e automóveis em dia forte, nº de consumidores, presença de banco de alimentos, etc)

- Papel fundamental das CEASAs na unidade da Campanha, na inclusão dos seus diferentes atores, reflexão do papel social da CEASA.

# Obrigada

---

[luisete.bandeira@mds.gov.br](mailto:luisete.bandeira@mds.gov.br)

[mariana.pinheiro@saude.gov.br](mailto:mariana.pinheiro@saude.gov.br)

[mariana.vieira@saude.gov.br](mailto:mariana.vieira@saude.gov.br)

